



O ESPORTE DA/NA MÍDIA E SUAS REPRESENTAÇÕES NA EDUCAÇÃO FÍSICA ESCOLAR

Diógenes Henrique Jordão
Jorgeane Pereira
Scheila Espindola Antunes

RESUMO

O presente trabalho trás sínteses conclusivas de pesquisa-ação realizada com vinte e cinco alunos do quinto ano do Ensino Fundamental em uma escola pública da Zona da Mata Mineira. Em meio a abordagem dos conteúdos esportivos, o tema esporte e suas relações com as mídias foi problematizado, com os objetivos de identificar e analisar as representações sociais do esporte da/na mídia que podem estar presentes nos entendimentos, escolhas e práticas esportivas dos alunos. Constatou-se que os alunos adotam algumas das representações sociais do esporte fabricadas e difundidas pelas mídias, especialmente pela televisiva, a qual é uma das suas principais fontes para o consumo esportivo.

PALAVRAS-CHAVE: Educação Física; Esportes; Meios de Comunicação de Massa.

INTRODUÇÃO

A Educação Física brasileira já há alguns anos vem ampliando suas práticas no campo da pesquisa para além de problemáticas que restringem o movimento humano à variáveis anatômicas, biomecânicas e/ou fisiológicas. As questões sócio-culturais contemporâneas são cada vez mais relevantes às ciências do movimento humano, especialmente quando se busca compreender as práticas físicas, esportivas, de educação e de lazer manifestas nas ações dos sujeitos dentro e fora dos contextos escolares brasileiros. Essas práticas são mobilizadas, em maior ou menor grau, por elementos culturais, políticos, econômicos, educacionais, tecnológicos e afins presentes nas sociedades. Elementos esses, que também são responsáveis por oportunizar, de tempos em tempos, transformações nos modos de vida das pessoas.

Tais premissas nos conduzem à crença de que a aproximação da Educação Física á outras áreas do conhecimento humano é tanto pertinente quanto necessária. E se considerarmos que as tecnologias de informação e comunicação atuais são, em boa parte, responsáveis por impulsionar muitas das transformações no modo de vida das populações em todo o mundo, e que as mesmas estão presentes nas esferas sociais do trabalho, da educação, da saúde, do lazer, etc., o incentivo à aproximação da Educação Física à Comunicação Social torna-se oportuno. Essa aproximação se fortalecesse ao passo que também se justifica, quando se destina à compreensão e análise do fenômeno esportivo e seu imbricamento com as mídias

contemporâneas, as quais não se satisfazem mais em apenas transmitir/narrar os acontecimentos esportivos. Atualmente elas buscam, e cada vez mais, diferentes oportunidades para facilitar a interatividade com os seus receptores, por meio da associação de vários recursos. Ou seja, as tecnologias de informação e comunicação das quais dispomos hoje nos permitem, ao mesmo tempo, assistir um espetáculo esportivo pela televisão, acompanhar comentários e opiniões de pessoas comuns e celebridades pelas redes sociais na internet e enviar torpedos, via celular, para os apresentadores/narradores/comentaristas do programa em questão.

As diferentes formas de acesso ao esporte que as tecnologias de informação e comunicação das sociedades contemporâneas oferecem às pessoas permitem que muitas informações, conceitos, definições, significações e simbolismos circulem pelo imaginário social coletivo. Esses elementos influenciam, direta ou indiretamente, na formação de opiniões e no entendimento das pessoas sobre o esporte atual e suas possibilidades de prática. Nossa afirmação se sustenta a partir das reflexões de Bordenave o qual discute que:

É próprio da comunicação, contribuir para a modificação dos significados que as pessoas atribuem às coisas. E, através da modificação de significados, a comunicação colabora na transformação das crenças, dos valores e dos comportamentos. Daí o imenso poder da comunicação. Daí o uso que o poder faz da comunicação (BORDENAVE, 2002, p: 92).

A mercadorização esportiva é mobilizada pelos interesses da indústria cultural que muito tem especulado o fenômeno esportivo. E, a rede midiática, que se responsabiliza por difundir os valores e interesses desse processo, tendenciosamente fabrica e lança nas sociedades representações sociais do esporte as quais, acabam sendo consumidas diariamente pelas pessoas. Segundo Antunes:

O esporte produzido e exposto na vitrine midiática enquanto mercadoria, objeto de desejo, fetichização, é produzido não com base nas necessidades dos receptores/consumidores, mas sim, com base na necessidade do próprio mercado e das relações hoje existentes entre o fenômeno esportivo – sua ascensão e manutenção na esfera social – e a esfera midiática – o jornalismo esportivo e a rede mercadológica que se criou em torno e a partir dele. [...] Os meios de comunicação de massa (mídia) ao apropriarem-se do esporte, tornando-o bem de consumo gerado a partir das *pseudonecessidades*, acabaram promovendo uma série de mudanças quanto a atribuição de valores, sentidos e significados ao esporte tanto na esfera escolar quanto no esporte de rendimento e no esporte de lazer [...] (ANTUNES, 2007, p: 19).

As mídias, eletrônicas ou impressas, constroem uma linguagem carregada de simbologias advindas da cultura dita popular, para facilitar a assimilação das pessoas quanto às mensagens midiáticas construídas para a veiculação do esporte. Essa linguagem,

até mesmo pela história originária do noticiário esportivo, caracteriza-se, basicamente, por uma linguagem simples, objetiva e de fácil entendimento, para que seja fortalecida a identificação pessoal dos sujeitos com o assunto veiculado, no caso o esporte. Outro fator relevante é o fato do fenômeno esportivo em si ter ligação direta com a cultura popular, o que acaba por acelerar e efetivar a identificação do receptor com as produções midiáticas no campo esportivo. Nesse sentido, a espetacularização e a própria mercadorização esportiva se desenvolvem amplamente a partir das representações sociais de esporte e de prática esportiva que são produzidas e veiculadas nas mídias.

Assim, as representações sociais em torno do esporte lançadas ao mercado para consumo massivo, diariamente, oportunizam não apenas a adaptação dos sujeitos a essas representações, mas, também possibilitam a cristalização delas no imaginário coletivo social. Por conseqüência, representações consumidas e adotadas acriticamente, serão reproduzidas pelos sujeitos em suas práticas cotidianas sejam elas, no trabalho, no lazer ou na escola. Isso ocorre, quando as medições culturais que os sujeitos dispõem não oferecem possibilidades significativas à reflexão e ao debate sobre os consumos realizados. Ou, quando não estimulam os sujeitos a realizarem por si mesmos, e constantemente, reflexões e debates sobre os assuntos que permeiam seus cotidianos.

Segundo Martin-Barbero (apud ANTUNES, 2007), por mediações culturais pode-se compreender como um conjunto formado por elementos subjetivos, culturais e sociais que fazem parte da vida cotidiana das pessoas. Essas mediações auxiliam nos processos de atribuição de sentidos e significados aos elementos, contextos, situações e objetos do cotidiano, especialmente, quando os mesmos são oriundos dos contatos com as mídias. Ou seja, as mediações culturais são importantes recursos na recepção midiática, pois, podem auxiliar no tratamento mais crítico, por parte do sujeito receptor, das mensagens midiáticas produzidas ao consumo diário.

Para tanto, há de se compreender que o processo de recepção é um fenômeno complexo que ultrapassa a simples ação de ver, ler e/ou ouvir mensagens a partir dos contatos diários com as mídias. É um processo multimediado por informações, vivências, experiências que compõem os repertórios individuais dos sujeitos e, também, por suas relações interpessoais. Segundo Martin-Barbero (apud ANTUNES, 2007) existem três tipos de mediações culturais: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. E, essas mediações estão, inevitavelmente, presentes na vida de qualquer sujeito social.

Seguindo os estudos e reflexões de Martin-Barbero, Guillermo Orozco categorizou

esses três tipos de mediações culturais em: mediação individual, mediação situacional, mediação institucional e mediação tecnológica (PIRES apud ANTUNES, 2007). Dessa forma, é possível idealizar-se a compreensão e análise da participação de cada uma dessas mediações no processo de recepção midiática. Especialmente, quando se pretende compreender qual é a participação da escola e da educação física nos processos de atribuição de sentidos e significados ao esporte e, na manifestação desses nas práticas esportivas contemporâneas dentro da escola. Entendendo a escola bem como, a Educação Física, enquanto mediações culturais institucionais.

O presente artigo visa apresentar sínteses conclusivas de um estudo realizado durante um curso de especialização em Educação Física Escolar¹. O estudo teve como propósitos, identificar e analisar as representações sociais do esporte midiático que são manifestadas nas escolhas e práticas esportivas de alunos na Educação Física em uma escola pública na Zona da Mata Mineira.

CONTEXTUALIZAÇÕES METODOLÓGICAS DO ESTUDO

O estudo foi desenvolvido em 2012 a partir de uma pesquisa qualitativa, do tipo pesquisa-ação. Segundo Thiollent (2005), a pesquisa-ação é uma pesquisa social que possibilita ao pesquisador desempenhar um papel ativo de intervenção e avaliação durante a realização de suas investidas em campo. Para Mendes (2009), esse tipo de pesquisa oportuniza o estabelecimento de um tempo e um espaço que permitem a integração, de forma relevante, entre o pesquisador e os demais participantes do contexto que envolve a problemática de estudo. Essa proximidade, por sua vez, permite que as relações entre esses sujeitos (pesquisador e pesquisados) se tornem mais familiares, mais profundas e mais confiáveis. Também por essa razão, a pesquisa foi realizada pelo próprio professor de educação física da turma pesquisada.

É importante salientar que a pesquisa que originou este artigo teve inspiração em um estudo similar realizado pela professora de Educação Física Mariana Mendonça Lisbôa (2007), com crianças de uma escola pública em Florianópolis/SC. O estudo da professora buscou identificar e compreender as representações sociais do esporte-da-mídia na cultura lúdica das crianças e suas possíveis transformações quando tematizadas na Educação Física escolar. O ponto chave do estudo de Lisbôa (2007) é que as ações da pesquisa foram realizadas em 2006, momento em que houve um movimento de hipertrofia do fenômeno

¹ Este trabalho também é fruto das atividades de estudo e pesquisa (dados coletados)

esportivo, via futebol, por conta da realização da Copa do Mundo de Futebol da FIFA. Além de movimentos paralelos para a exploração de expectativas sobre a candidatura do Brasil como sede para a edição de 2014 do evento.

O que se buscou com o nosso estudo, a partir do conhecimento dos resultados da pesquisa de Lisbôa (2007), foi verificar se as representações sociais do esporte midiático se manifestam nas práticas dos alunos apenas em momentos historicamente marcados por mega eventos esportivos ou, se essas representações se fazem presentes, efetivamente, nos imaginários dos alunos mesmo quando não há realização de nenhum grande evento que evidencie alguma ou várias modalidades esportivas. Vale ressaltar que, consideramos em nosso planejamento e, posteriormente, em nossas análises e discussões o fato de que embora 2012 não tenha sido ano de realização de nenhum megaevento de representatividade no que tange a cultura esportiva (futebolística) brasileira, várias foram as estratégias das mídias para o agendamento de expectativas quanto à Copa das Confederações de 2013, os preparativos para a Copa de 2014 e as Olimpíadas de 2016.

O grupo de sujeitos da pesquisa foi composto por vinte e cinco crianças, de ambos os gêneros, com idades entre nove e doze anos, alunos do quinto ano do Ensino Fundamental de uma escola pública localizada em um distrito de um município mineiro, situado na Zona da Mata. O município possui cerca de 7.173 habitantes e o distrito onde está localizada a escola em análise possui cerca de 1.100 habitantes, segundo dados do censo de 2010 realizado pelo IBGE.

As ações da pesquisa tiveram início já no planejamento anual e semestral, quando da escolha de conteúdos e metodologias para as aulas de Educação Física com a turma em questão. A partir da perspectiva crítico-emancipatória, foram eleitos os conteúdos e elaborados alguns temas geradores para serem problematizados junto aos alunos no decorrer das aulas. Dentre eles podemos citar os que estavam diretamente ligados ao tema deste artigo: o que é esporte?; como e onde ele está presente na vida das pessoas?; o que são mídias?; o esporte está nas mídias?; existe(m) diferença(s) entre o esporte da/na televisão e o esporte da/na escola?.

As ações pedagógicas foram divididas em três etapas. Na primeira, houve apenas o desenvolvimento de atividades esportivas com a turma, sem intenções diretas de fomentar discussões sobre a temática esporte e mídias. A intenção era permitir aos alunos o contato com as atividades de aula sem que eles já fossem orientados a perceber possíveis relações entre suas práticas na escola e seus contatos com o esporte por meio de outras fontes que não

as aulas de Educação Física. Pretendeu-se apenas a livre manifestação dos alunos, porém, se o assunto fosse levantado pelos mesmos o professor faria as intervenções que julgasse necessárias no momento.

A segunda etapa foi destinada à elaboração, juntamente com a turma, de um evento esportivo a ser realizado por eles e para eles na escola. Nessa etapa foram previstas algumas aulas para que os alunos pudessem debater sobre a temática esporte e mídias. Esse foi o momento em que os alunos foram estimulados a expor suas opiniões e entendimentos sobre o esporte que conhecem, sobre suas práticas esportivas, sobre os eventos esportivos e, sobre as fontes onde buscam informações e conhecimentos sobre esporte.

A terceira e última etapa contou com o evento esportivo em si. No evento os alunos poderiam fazer uso de toda e qualquer tecnologia de informação e comunicação das quais dispusessem e julgassem necessárias para fins de registro. A partir das tecnologias utilizadas pelos alunos, foi possível produzir dois vídeos, os quais foram apreciados e analisados pela turma, num momento posterior à realização do evento.

AS INVESTIDAS EM CAMPO E OS PRINCIPAIS ACHADOS

No primeiro momento, durante o primeiro semestre letivo de 2012, foram desenvolvidos alguns conteúdos esportivos com os alunos. A iniciação às práticas esportivas nas aulas se deu por meio de jogos recreativos e pré-desportivos, sempre acompanhados de estímulos, por parte do professor, para a recriação/transformação dos jogos propostos. Tudo pela tentativa de estimular o exercício da autonomia dos alunos, numa perspectiva crítica e criativa. Por isso, as atividades de aula sempre estiveram pautadas pelo constante diálogo entre professor e alunos. O mesmo aconteceu quando os alunos tiveram contato com os fundamentos mais básicos de jogo das modalidades esportivas abordadas bem como, com a inserção desses fundamentos em jogos que foram se apresentando um pouco mais próximos ao modelo esportivo oficial de cada modalidade.

Na segunda etapa da pesquisa, para a qual estava prevista a elaboração de um evento esportivo pelos alunos, houve os momentos de debate em grupo a partir dos temas geradores apresentados no item anterior. A partir da técnica de grupo focal, as questões foram sendo lançadas para o debate coletivo e as manifestações de opiniões e entendimentos dos alunos foram registradas em áudio. Quando estimulados a debater sobre o que é esporte, os alunos emitiram opiniões que acabaram convergindo nas expressões: o esporte é bom para a saúde, o esporte serve para exercitar o corpo, o esporte é um exercício com regras. Apenas um aluno,

dentre os vinte e cinco, discordou do fato de que o esporte representa saúde, alegando que é comum, no futebol, os atletas sofrerem lesões. Mas os demais não aceitaram essa justificativa e defenderam que acidentes são fatalidades e que isso não reduz as possibilidades do esporte promover saúde às pessoas que o praticam.

É perceptível que as opiniões dos alunos sobre o que é esporte acabam reproduzindo algumas das representações sociais difundidas pelas mídias, de que o esporte é um dos grandes promotores de saúde e qualidade de vida às pessoas que o praticam. Esse tipo de mensagem é veiculada diariamente pelos meios de comunicação de massa, direta ou indiretamente, por meio da informação, do entretenimento e/ou da publicidade. Isso porque, segundo Betti (1998, p: 15), “o esporte está em toda a parte. Não apenas nos programas e noticiários especificamente esportivos”. E a exposição constante do esporte junto às caracterizações que lhe são feitas consegue a consolidação e reprodução, das representações desejadas, no imaginário coletivo. Para corroborar com tais reflexões, nos apoiamos em algumas considerações a esse respeito feitas por Pires:

Imbricadamente ao conteúdo pragmático das mensagens simbólicas da cultura do “corpo perfeito” veiculadas pela mídia, e inclusive utilizando-se desse próprio meio (extrapolando as restritas instâncias acadêmicas), retoma-se o discurso científico legitimador, que pressupõe a relação sempre positiva entre a adoção de programa de exercícios físicos e a obtenção de melhorias na qualidade de vida (PIRES, 2002, p:89).

Quando o debate foi conduzido para questões sobre onde o esporte está presente e como as pessoas podem conhecê-lo, a televisão é mencionada. Quando são levantadas questões sobre como as mídias mostram o esporte, as respostas (embora confusas quanto ao que exatamente são mídias) também apontam para as transmissões televisivas dos jogos esportivos. Após um breve esclarecimento sobre o termo mídia(s), os alunos apontaram o rádio, a o jornal, a revista e a televisão como as mídias que eles conhecem e com as quais eles possuem mais contatos, principalmente quando buscam informação ou entretenimento no campo esportivo.

A televisão foi classificada como uma das mídias com a qual eles tem mais contato diário, embora tenhamos identificado que não são todos os vinte e cinco alunos que possuem televisão em casa. Ou seja, do grupo de alunos participantes do estudo, 72% afirmaram ter pelo menos um aparelho de televisão em casa, mas 84% da turma afirmaram assistir televisão diariamente. Isso nos levou a duas reflexões. Embora a televisão seja um aparelho eletrônico comum nos lares das pessoas (fato já constatado por diferentes pesquisas), ainda existem famílias que por alguma razão, cultural ou econômica, não possuem o aparelho, como o caso

de alguns dos alunos participantes do nosso estudo. Mas, o interessante é que parte dos alunos que não possuem o aparelho em casa, encontram formas de ter acesso à ele. O que nos enlaça à uma segunda reflexão, agora sobre o papel que a televisão ainda exerce na vida das pessoas. Mesmo com todo o avanço que outras tecnologias de informação e comunicação obtiveram, mesmo com a criação de novas tecnologias, a televisão ainda é um recurso muito popular à aquisição de informação, como opção/oportunidade de lazer via entretenimento e como vitrine comercial, especialmente em lugares onde a internet ainda não foi expandida, ou não oferece acesso facilitado.

Provavelmente, porque a televisão ainda é uma das tecnologias que nos provoca os sentidos. É no processo de construção de seus discursos e narrativas que a televisão consegue fornecer ao seu público a ilusão do contato perceptivo direto com a realidade. Cria uma esfera de realismo que permite às pessoas desfrutar da sensação de estarem visualizando o mundo a partir de uma janela de vidro². Segundo Betti (1998, p: 35) “(...) a televisão é a terceira janela, através da qual o homem contemporâneo se abre para o mundo. Já não abrimos a janela para ver o que se passa, apertamos o botão da TV”.

E para ter acesso ao mundo via televisão, os alunos consomem diferentes produções disponibilizadas pelas programações televisivas. Dentre as quais foram mencionadas as novelas, os desenhos animados, seriados, jornais e os esportes. Dentre os esportes, as preferências giraram entorno do futebol, futsal, voleibol, handebol, tênis e lutas. Inicialmente nenhuma surpresa quanto ao futebol e o voleibol estarem entre os esportes mais assistidos pelos alunos na televisão. Tendo em vista de que são modalidades com boa visibilidade nessa mídia, tanto na programação dos canais de sinal aberto quanto em canais por assinatura. O futebol já possui programação semanal fixa na TV aberta e os jogos/campeonatos de voleibol estão recebendo cada vez mais visibilidade.

A inserção das lutas no hall de preferências esportivas dos alunos em seus consumos pela televisão, na verdade não nos provocou tanta inquietação. Tendo em vista o fato de que no mesmo momento de desenvolvimento das ações do nosso estudo, a Rede Globo desenvolveu uma forte campanha de difusão das lutas a partir da exibição de um reality show chamado The Ultimate Fighter. Programa que já está em sua segunda edição. O que nos causou espanto foi o handebol e o tênis serem citados pelos alunos. Ambas por serem modalidades esportivas que dificilmente tem suas partidas transmitidas na TV.

² Metáfora proposta por Willem Helsing em 1986 e adota por Mauro Betti em seus estudos e reflexões sobre esporte e televisão no livro.

Partidas de tênis são exibidas regularmente nos canais por assinatura, já nos canais de sinal aberto são mais comuns, embora não tão frequentes, reportagens sobre a modalidade. Mas, em situações bem específicas, como quando um tenista brasileiro está bem posicionado no ranking mundial; quando há realização de um torneio de tênis muito expressivo em que brasileiros estão envolvidos ou quando atletas, como Guga, realizam ações sociais e/ou eventos beneficentes envolvendo o esporte. Já o handebol possui, ainda, pouca visibilidade. Apenas para fins de breve conferência, uma rápida consulta à programação geral de 2012 da SKY, TV por assinatura (apenas nos canais esportivos), foram encontrados 953 exibições de futebol, 60 de tênis, 54 de vôlei, 38 de MMA, 23 de futsal e apenas 11 de handebol. Esse aspecto está previsto para ser melhor explorado em momentos futuros das aulas de Educação Física dessa turma, quando o esporte handebol for abordado.

Finalizados os debates, os alunos começaram a negociação sobre o evento esportivo que organizariam. Após algumas discussões, foi feita uma votação na qual a modalidade voleibol ficou com 60% da preferência da turma. Esse resultado provavelmente tenha se sustentado primeiramente pelo fato da turma possuir maior quantidade de meninas. E como, na região ainda há uma espécie de determinação cultural das práticas esportivas a partir do gênero, reproduzindo alguns estereótipos tais como, futebol é esporte para meninos e voleibol para as meninas voleibol, esse fator certamente pesou nas escolhas da turma. Outro elemento que pode ter contribuído para essa escolha dos alunos, foi a boa evolução que os mesmos obtiveram no desenvolvimento desse conteúdo durante as aulas de Educação Física.

A organização contou com a definição dos papéis dos alunos no evento esportivo, as equipes e as datas de realização dos jogos. Os alunos definiram que além das equipes de jogo, haveria um narrador da partida, um comentarista, um repórter de quadra, um fotógrafo e um cinegrafista (o “filmador” segundo os alunos), policiais e médicos. No entanto, quando feita a distribuição dos papéis, nenhum aluno quis desempenhar os papéis de policial e médico. Houve certa euforia em relação aos papéis relacionados às mídias, como os de repórter, comentarista, narrador e “filmador”. Os próprios alunos fizeram julgamentos e avaliações das competências que seriam necessárias àqueles que fossem desempenhar os papéis da equipe de transmissão do evento. As definições foram realizadas pelo grupo.

O evento não pôde ser realizado na data marcada por motivo de chuva, sendo que o pátio da escola, que é descoberto e de terra, é o único espaço amplo para as aulas de Educação Física e, conseqüentemente, também é a quadra simbólica para as práticas esportivas. Na nova data do evento os alunos definidos como atletas, dividiram-se em duas equipes, sendo

uma feminina e a outra masculina. Devidamente uniformizados, as equipes fizeram sua entrada em quadra, a equipe feminina vestindo uniforme amarelo e a equipe masculina, vestindo uniforme azul. A equipe de imprensa se apresentou devidamente identificada com seus crachás e estrategicamente posicionada para a transmissão bem como, a torcida ocupando os melhores lugares do pátio.

Para serem criadas condições básicas de jogo, várias adaptações precisaram ser feitas. A quadra foi demarcada com uma enxada, a rede foi feita com uma corda estendida e presa nos muros nas laterais do pátio. A partida de voleibol foi desenvolvida a partir do de um jogo pré-desportivo conhecido como câmbio. Foram realizados três sets, o primeiro vencido pela equipe azul, dos meninos, o segundo e terceiro vencido pela equipe amarela, das meninas.

Durante os jogos o narrador se mostrou muito conectado ao jogo, fazendo questão de não deixar passar qualquer detalhe. Ao final de cada set ele fazia uma chamada para o repórter de quadra, o qual realizava entrevistas com os atletas de ambas as equipes. As perguntas feitas pelo aluno repórter aos seus colegas atletas estiveram sempre em conformidade com o que é já comum nos diálogos entre atletas e a imprensa. Perguntas sobre o desempenho do time, desempenho individual e expectativas sobre o resultado final do jogo, foram as realizadas. E as respostas dos atletas estiveram sempre numa perspectiva positiva, voltada à manutenção dos resultados, no caso da equipe em vantagem; ou otimista voltada à expectativa de recuperação e superação das dificuldades, no caso da equipe em desvantagem.

Acabamos confirmando uma das hipóteses de nosso estudo, a qual também foi prevista por Lisbôa (2007) na sua pesquisa. Prevíamos, da mesma forma como a autora, que os alunos reproduziriam alguns comportamentos observados nas transmissões televisivas do esporte. Segundo Lisbôa (2007, p:87) “as crianças nesta atividade reproduziram as ações e atitudes de seus papéis dentro do jogo, a partir do que veem na televisão e dos conhecimentos de sua cultura esportiva”.

Durante um dos sets houve um momento onde os alunos da equipe azul solicitaram tempo ao juiz para discutirem e reorganizarem suas estratégias de jogo, situação muito comum em partidas oficiais. Esse fato chamou nossa atenção porque no decorrer das aulas essas pausas normalmente não são solicitadas pelos alunos. O comum é que durante uma atividade de jogo os alunos fiquem descontentes quando o professor realiza algumas pausas para fazer suas intervenções. Essa foi outra manifestação de como eles incorporaram seriamente o jogo, o contexto do evento esportivo, e a necessidade de traçar estratégias para obter-se a vitória.

Esses mesmos jogadores, ao final da partida, com a vitória da equipe feminina, não quiseram dar entrevistas, demonstrando grande insatisfação com a derrota sofrida, enquanto a equipe feminina estava eufórica com a vitória. Esse fato nos remeteu à algumas discussões realizadas com os alunos sobre o que é esporte, nas quais, eles mesmos disseram dentre outras coisas, que o esporte é uma forma de diversão. Nesses comportamentos manifestados pelos alunos, nos pareceu que a diversão está presente apenas para quem vence. Características marcantes da competitividade.

Segundo Lisbôa:

Mesmo o esporte vindo a se tornar uma brincadeira que recebe ressignificações pelas crianças por conta de sua cultura lúdica, é importante destacar que algumas representações produzidas sobre este assunto vão ao encontro de uma visão “positivo-funcional” do esporte, que expressa, entre outros, a competitividade e o individualismo (LISBÔA, 2007, p:44).

O aluno cinegrafista e o fotógrafo produziram fotografias e vídeos durante o evento. Esse material, posteriormente, foi utilizado para a criação de dois pequenos filmes utilizando o Windows Movie Maker para produzi-los. Os dois vídeos foram feitos pelo professor, sendo um deles com ênfase apenas nos melhores momentos do evento e, o outro, focando nos piores. A não participação dos alunos no processo de produção dos vídeos foi intencional, para que o professor pudesse inserir, em momentos futuros de suas aulas, discussões sobre as possibilidades que as mídias possuem, por meio da edição, de reconstruir/fabricar uma realidade que desejam veicular. Segundo Mendes (2009, p:37) “(...) a mídia constrói narrativas, muitas vezes, a partir de fragmentos descontextualizados do “real”, o que pode implicar na simplificação ou mesmo distorção dos fatos”.

Os vídeos foram apresentados aos alunos, em sala de aula, por meio de projetor multimídia, recentemente adquirido pela escola. Ao término da exposição dos vídeos, deu-se início ao debate. Os alunos manifestaram certo espanto ao perceberem que os dois vídeos eram bem diferentes embora fossem do mesmo evento. Num dos vídeos, com os melhores momentos, não apareceram as discussões entre os times, nem deles com o árbitro durante o jogo, muito menos os erros do narrador ou do repórter. Foram utilizadas somente as melhores imagens mesmo. Já no outro vídeo, manteve-se maior fidelidade aos acontecimentos do evento esportivo dos alunos, praticamente não houve edição e assim as brigas, os erros, as imagens fora de foco não foram cortadas. Foi possível discutir com os alunos o fato de que a televisão, por meio dos recursos que a edição de imagens oferece, pode mascarar algumas situações fazendo com que as pessoas recebam a informação de uma modificada, ou

descontextualizada do fato real em si.

Analisando os vídeos, os alunos puderam perceber que o vídeo dos melhores momentos transmite uma falsa ideia de que o evento por eles promovido foi muito tranquilo e que nele tudo ocorreu muito bem. Mas, na verdade, eles sabem que não foi bem assim, porque presenciaram as brigas dos colegas, ou mesmo estiveram envolvidos nelas. Assim, discutiu-se a possibilidade dessa manipulação das imagens acontecer também nas transmissões ao vivo dos jogos esportivos. Pois, a grande quantidade de câmeras espalhadas pelo espaço do evento, as quais oferecem possibilidade de visualização dos acontecimentos a partir de diferentes ângulos, podem ser editadas em tempo real. Ou seja, o editor de imagens ao possuir acesso a todas as câmeras pode escolher quais imagens serão disponibilizadas para o telespectador.

Segundo Antunes:

A televisão nos fornece uma versão pré-fabricada dos fatos reais, por isso, podemos dizer que a dimensão simbólica criada por essa mídia nos apresenta uma espécie nova de “realidade”, uma *tele-realidade*, muitas vezes distante de nossos interesses e escolhas. A tele-realidade faz uma espécie de reconstrução da realidade por meio do discurso construído pelas editorias que produzem as programações diárias (ANTUNES, 2007, p: 84).

Em debate com os alunos, foi possível concluir que somente aqueles que podem desfrutar do evento esportivo ao vivo são os que consomem o evento em sua totalidade, porque o espectador presente no local do evento pode fazer escolhas. Pode escolher as “cenas” que deseja ver, escolher onde e no que focar sua atenção. Já os eventos transmitidos pela televisão, por exemplo, sejam eles de transmissão ao vivo ou editados para a exibição posterior, oferecem um recorte da realidade, uma versão da realidade que é produzida por alguém que tem interesses ao difundi-la via meios de comunicação de massa.

SÍNTESES CONCLUSIVAS

Admitindo o papel que os meios de comunicação de massa podem exercer dentro do processo de expansão e permanência das produções da Indústria Cultural nas sociedades contemporâneas, pela forma como esses meios conseguem veicular cotidianamente pacotes de valores e representações sociais, tecemos algumas sínteses conclusivas. Considerando ainda, segundo Debord (apud ANTUNES, 2007), que os espetáculos esportivos bem como, as produções a partir dele, não se restringem apenas à seleção e organização de imagens coladas á discursos, mas, são também compostos de relações, relações sociais entre pessoas, mediadas por imagens.

Acreditamos que as representações sociais do esporte metidiatizado que foram

adotadas pelos alunos podem sofrer transformações. Elas podem ser ressignificadas a partir de intervenções de algumas mediações disponíveis no cotidiano dos alunos, as quais estimulem neles a reflexão e a discussão acerca de seus consumos esportivos por meio das mídias. Ação que acreditamos ter sido iniciada no momento em que o professor elegeu alguns temas geradores para problematização com os alunos durante suas aulas de Educação Física.

Concordando com Lisbôa (2007), quando afirma que a cultura esportiva das crianças, e também dos jovens, constitui-se a partir das suas vivências com outras pessoas, através da intervenção do professor durante as práticas esportivas na escola e pelo contato com a televisão, acreditamos que a família e os amigos também assumem importante papel como mediadoras. Pois, vivências e experiências esportivas, oriundas de contatos com outras pessoas que não o professor de Educação Física, podem estimular a reflexão e o debate dos assuntos esportivos. Mas para que isso aconteça é necessário que esses sujeitos estabeleçam diálogos sobre o assunto. Novamente o professor de Educação Física pode ser fundamental ao processo, pois, ele pode estimular seus alunos a estabelecerem diálogos e reflexões com as pessoas com que realizam suas práticas esportivas dentro e fora da escola.

Não podemos deixar de considerar que os meios de comunicação de massa e as novas tecnologias de informação e comunicação são, atualmente, elementos pertencentes ao estilo de vida de grande parte das populações em qualquer idade, por tanto, não podem ser negligenciados social e pedagogicamente. Dentro da escola, negar as relações que existem entre os alunos e as produções midiáticas é atuar totalmente fora de contexto. Por isso, defendemos que as relações contemporâneas entre o esporte e as mídias precisam ser, constantemente, tematizadas nas aulas de Educação Física.

THE SPORT OF/IN MEDIA AND THEIRS REPRESENTATIONS IN PHYSICAL EDUCATION AT SCHOOL

ABSTRACT

This paper overviews behind conclusive action research conducted with twenty-five fifth graders of elementary school in a public school in the Zona da Mata Mineira. Amid the approach of sports content, sports theme and its relationship with the media has been questioned, with the objectives to identify and analyze the social representations sport / media that may be present understandings, sports practices and choices of students. It was found that students adopt some of the social representations of the sport manufactured and disseminated by the media, especially the television, which is one of its main sources for sports consumption.

KEYWORDS: *Physical Education, Sports, Media of Mass Communication.*

EL DEPORTE DE/EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SUS REPRESENTACIONES EN LA EDUCACIÓN FÍSICA ESCOLAR

RESUMEN

Este trabajo presenta los resultados de una investigación realizado con veinticinco estudiantes de quinto grado de la escuela primaria en una escuela pública en la Zona da Mata Mineira. En medio de la aproximación de los contenidos deportivos, el tema deportivo y su relación con los medios ha sido cuestionada, con el objetivo de identificar y analizar las representaciones sociales deportivas / media que pueden estar presentes acuerdos, prácticas deportivas y las elecciones de los estudiantes. Se encontró que los estudiantes adoptan algunas de las representaciones sociales del deporte fabricado y difundido por los medios de comunicación, especialmente la televisión, que es una de sus principales fuentes de consumo deportivo.

PALABRAS CLAVE: Educación Física, Deportes, Medios de Comunicación de Masas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, S. E. *O País do Futebol na Copa do Mundo: estudo de recepção ao discurso midiático-esportivo com jovens escolares*. (Dissertação de Mestrado – PPGEF/CDS/UFSC). Florianópolis: CDS/UFSC, 2007. Disponível em: <www.labomidia.ufsc.br>. Acesso em: 01 de abril, 2013.

BETTI, M. *A Janela de Vidro: esporte, televisão e educação física*. Campinas, SP: Papirus, 1998 (Coleção Fazer/lazer).

BORDENAVE, J. E. D. *Além dos Meios e Mensagens: Introdução à Comunicação como Processo, Tecnologia, Sistema e Ciência*. 10ªed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: < www.ibge.gov.br >. Acesso em 16 de maio, 2013.

LISBÔA, M. M. *Representações do Esporte-da-mídia na Cultura Lúdica das Crianças*. (Dissertação de Mestrado – PPGEF/CDS/UFSC). Florianópolis: CDS/UFSC, 2007. Disponível em: <www.labomidia.ufsc.br>. Acesso em: 01 de abril, 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão: a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988.

MENDES, D. S. Desvendando a janela de vidro: relato de uma experiência escolar de mídia-educação e educação física. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*. vol. 30, n.º03. Campinas/SP: 2009 (p: 79-94).

PIRES, G. D. L. *Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória*. Ijuí/RS: Editora UNIJUÍ, 2002.

THIOLLENT, M. *Metodologia da pesquisa-ação*. 14ª ed. São Paulo: Cortez, 2005.